

ISPITNA PITANJA IZ KOLEGIJA PRIMIJENJENA MIKROEKONOMIJA

Za školsku godinu 2011/2012

1. Mjerenje djelotvornosti tržišta u tradicionalnom SCP pristupu – prednosti i nedostaci
2. Mjerenje tržišne strukture u tradicionalnom SCP pristupu – prednosti i nedostaci
3. Empirijski dokazi povezanosti industrijske strukture i djelotvornosti tržišta – tradicionalni pristup SCP
4. Statistički i konceptualni problemi tradicionalnog pristupa SCP paradigmi
5. Koncentracija i tržišno natjecanje u slučaju egzogenih nepovratnih troškova ulaska u industriju
6. Koncentracija i tržišno natjecanje u slučaju endogenih nepovratnih troškova ulaska u industriju
7. Empirijski dokazi veze između koncentracije i veličine tržišta – suvremeni pristup SCP
8. Suvremeni načini mjerenja djelotvornosti tržišta
9. Motivi i preduvjeti za provođenje cjenovne diskriminacije
10. Cjenovna diskriminacija prvog stupnja u slučaju kada potrošač kupuje samo jednu jedinicu dobra
11. Cjenovna diskriminacija prvog stupnja u slučaju kada potrošač kupuje više jedinica dobra
12. Dvodijelna tarifa kao oblik cjenovne diskriminacije drugog stupnja
13. Argumenti za provođenje povezane prodaje
14. Povezana prodaja kao oblik cjenovne diskriminacije
15. Povezana prodaja u situaciji dva monopolizirana proizvoda
16. Izbor između povezane prodaje i ponude zasebnih proizvoda u slučaju dva monopolizirana proizvoda
17. Povezana prodaja u situaciji kada je samo jedan proizvod monopolizirano dobro
18. Maksimizacija profita uz međusobnu ovisnost potražnje za proizvodima
19. Povezana prodaja u situaciji međusobno ovisnih dobara
20. Količinski popusti, cjenovni plan i premija prvenstva pristupa kao oblici cjenovne diskriminacije
21. Cjenovna diskriminacija trećeg stupnja
22. Učinak cjenovne diskriminacije na ekonomsko blagostanje
23. Predatorsko određivanje cijena u slučaju identičnih poduzeća
24. Predatorsko određivanje cijena kada jedno poduzeće ima prednost
25. Granične cijene u slučaju identičnih poduzeća
26. Granične cijene kada jedno poduzeće ima prednost
27. Investiranje u snižavanje troškova proizvodnje kao oblik strateškog ponašanja
28. Podizanje relativnih troškova rivala kao oblik strateškog ponašanja
29. Podizanje troškova svih poduzeća kao oblik strateškog ponašanja
30. Kooperativno strateško ponašanje – pojam i preduvjeti
31. Oglašavanje – pojam i vrste
32. Oglašavanje kao oblik maksimizacije profita

33. Pozitivni učinci oglašavanja na ekonomsko blagostanje
34. Prekomjerno oglašavanje
35. Oglašavanje kao barijera ulasku u granu
36. Tržišna struktura u odsustvu natjecanja putem inovacija
37. Optimalno vrijeme uvođenja inovacija
38. Natjecanje putem inovacija i monopoli
39. Multinacionalne korporacije – definicija i značaj
40. Transferne cijene
41. Privatizacija – iskustva razvijenih i zemalja u razvoju

Popis literature

1. Benić, Đ., Osnove ekonomije, Školska Knjiga, Zagreb, 2004
2. Pavić, I., Benić, Đ., Hashi, I., Mikroekonomija, Ekonomski fakultet, Split, 2007
3. Carlton, D., Perloff, J., Modern Industrial Organization, Pearson, Boston, 2005
4. Pepall, L., Richards, D., Norman, G., Industrial Organization – Contemporary Theory and Practice, Thomson, Mason, 2005
5. Prager, J., Applied Microeconomics, Irwin, Boston, 1993

Dubrovnik 02.11.2011.

Dr.sc.Nebojša Stojčić